de estrategias de comunicación. Pero también desarrollar las habilidades y destrezas necesarias para el uso de los medios electrónicos con un adecuado equilibrio entre la perfección técnica y estética. A su vez el productor debe identificar los medios técnicos, así como los géneros idóneos para la emisión de mensajes audiovisuales. Eso requiere un conocimiento de la cultura y del lenguaje del medio, exige una alta formación práctica y justifica la existencia de centros universitarios de formación, como son actualmente las Facultades de Ciencias de la Comunicación.

Este texto se centra en las particularidades propias del medio radiofónico, sus reglas de comunicación, la forma de estructurar el mensaje y la concreción de éste en un producto radiofónico. El desarrollo y el conocimiento de estas particularidades y la profundización en los diversos formatos de producción y estilos de radiodifusión permiten que cada producto sea hecho específicamente para el medio, la emisora y el mensaje que pretendemos transmitir.

En definitiva, el lector tiene ante sus ojos el fruto del saber hacer de una excelente profesional de la Radio que la universidad ha ganado para la docencia y que, desde el campo de la investigación, devuelve al medio las herramientas necesarias para que, mientras haya cosas que contar, sonidos que transmitir, la radio viva muchas primaveras.

XOSÉ RAMÓN POUSA

RODERO, ANTÓN

PRIMERA PARTE

Concepción de la Producción Radiofónica

Ya en los restaurantes en vez de pelos se encuentran ondas en la sopa. ¡Lo esparcida que está la radio afición!

Ramón Gómez de la Serna, *Greguerías*.

1.1. CONCEPTO, CONTENIDO Y VALOR DE LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA

El concepto de producción siempre remite a cualquier proceso de creación y elaboración que obtiene como resultado el origen de productos de muy diversa índole, en función siempre del ámbito que tratemos. Así pues, de cualquier manera, un proceso productivo siempre mantiene como objetivo el nacimiento de una nueva realidad; ésta se convierte entonces en su primera condición.

Ahora bien, el proceso de elaboración que conduce al origen del producto implica la utilización de unos determinados materiales apropiados para cada caso. Por tanto, la producción, como segunda condición, supone la combinación de una serie de elementos que darán como resultado el objetivo final de origen del producto. Entonces, al mero proceso material de producción, se unen dos condiciones más: el adecuado conocimiento de la naturaleza de esos elementos y la destreza en la técnica de su selección y combinación.

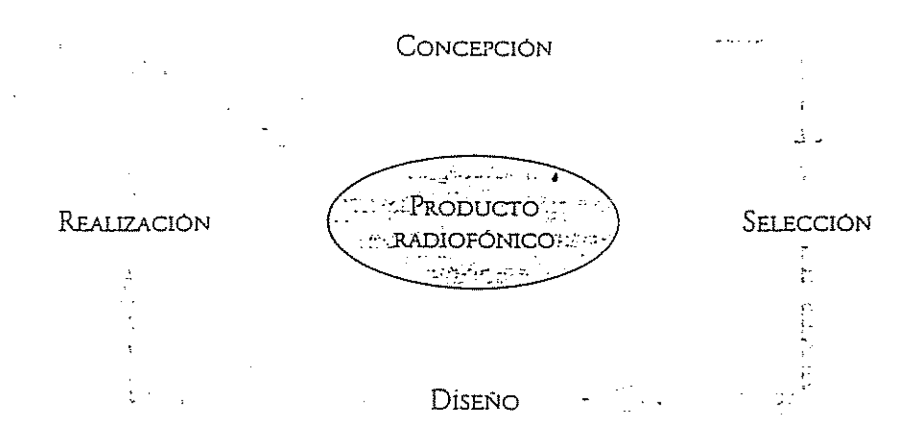
En definitiva, el concepto de producción lleva implícita la idea de un adecuado conocimiento tanto del proceso de la realización concreta del producto final como de lo que hemos denominado elementos para elaborar y realizar el producto. De esta manera, siempre entenderemos la realización como la última fase del proceso de producción, aquella que da origen material al producto definitivo. Podemos entonces resumir ese proceso en los siguientes pasos:

1. CONCEPCIÓN: como conocimiento y recogida de los elementos productivos.
2. SELECCIÓN: como la elección de elementos productivos.
3. DISEÑO: que comprende la combinación y estructuración de elementos productivos.
4. REALIZACIÓN: como la materialización del producto.

En nuestro caso, este proceso productivo, aplicable a numerosas realidades, se concreta en la creación de un producto radiofónico. Por eso, para Amoedo «la producción radiofónica tiene su finalidad en la elaboración de los mensajes»[1].

Ésta es la primera condición; pero como todo proceso productivo, éste se compone de un conjunto de actividades destinadas a la concepción, diseño y realización o, lo que es lo mismo, conocimiento, recogida, selección, combinación y realización de un producto radiofónico. Éste es, pues, el esquema resultante.

PROCESO DE PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA



[1] Avelino Amoedo, «La producción radiofónica de los programas informativos», en María Pilar Costa, *Información Radiofónica*, Barcelona, Ariel, 2002, pág. 164.

De esta forma, la producción radiofónica hace referencia al conjunto de actividades del proceso productivo destinadas a la concepción, el diseño y la realización de un producto radiofónico que, como segunda condición, reclama un conocimiento teórico y un desarrollo de habilidades en las técnicas de creación radiofónica[2]. Por eso, Haussman, Benoit y O'Donell destacan que «las habilidades de producción constituyen la base de la creación del sonido de una estación»[3].

En definitiva, bajo el término producción radiofónica enmarcamos el proceso creativo de elaboración y realización de productos radiofónicos —géneros y programas— a partir del conocimiento teórico y técnico de sus componentes, herramientas y estructura. Precisamente es ese conocimiento teórico y técnico el que va a guiar la actividad productiva para dotar de significación al producto radiofónico. Entonces, como reconocen Gutiérrez y Perona «el producto radiofónico debe ser concebido como un *continuum* en el que de una manera constante se suceden sustancias sonoras y no sonoras que, fruto de una combinación ordenada, adquieren formas renovadas de significación estética y semántica»[4].

De esta manera, completamos el círculo de la producción como se indica en el cuadro de la página siguiente.

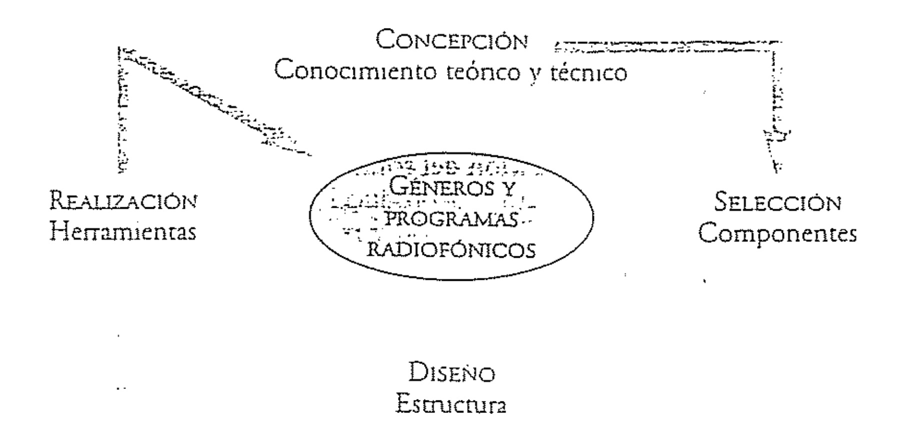
En resumen, la enseñanza de la producción radiofónica se centra en el aprendizaje del proceso creativo de elaboración y realización de géneros y programas radiofónicos a partir del conocimiento teórico y técnico de sus componentes, herramientas y estructura.

La primera idea que subyace a esta definición de producción y que otorga valor al concepto es que se basa en un proceso creativo que, como tal, implica entonces la adecuada manipulación de los recursos expresivos que garantizan la realización de un producto radiofónico con suficiente atractivo para suscitar el interés del oyente de radio.

[2] Un concepto bastante similar al que emplea Amoedo, aunque referido a la producción informativa. Para este autor se entiende por «producción radiofónica el proceso creativo que implica la aplicación de técnicas, hábitos informativos y destrezas cuyo ámbito de trabajo se centra en la realización de programas, grabados o en directo; la realización técnica de elementos de identificación o de continuidad; o en la elaboración de un producto radiofónico, ya sea de naturaleza informativa o de creación; y que tiene como objetivo la difusión para la consecuencia de la programación». Avelino Amoedo, *op. cit.*, pág. 164.

[3] R. Haussman, P. Benoit y L. O'Donell, *Producción en la radio moderna*, México, Thompson Learning, 2001, pág. 17.

[4] María Gutiérrez y Juan José Perona, *Teoría y técnica del lenguaje radiofónico*, Barcelona, Bosch, 2002, pág. 20.



Buena parte de ese atractivo consiste precisamente en integrar las emociones en el proceso de creación de cualquier producto sonoro. De esta manera, «la humanización que postulamos para la actividad de producción radiofónica comprende la integración entre la razón, las emociones y las sensaciones. Sin alguna de ellas, todo discurso será fragmentario, incompleto»[5] En la misma línea, Kaplun recuerda:

> Un ingrediente estético, emocional y afectivo debe estar siempre presente en la comunicación radiofónica si se la quiere eficaz [...] lo que se quiere señalar es que un concepto, una idea, puede vehicularse mejor por radio si se la enmarca en una dinámica afectiva, cálida, vivencial, que establezca una comunicación personal con el oyente y le haga sentir la emisión y no sólo percibirla intelectualmente [...]. La auténtica comunicación radiofónica debe tener un componente afectivo además del componente conceptual; debe movilizar no sólo el estrato pensante del receptor, sino también su estrato emocional[6]

En segundo lugar, el proceso de producción se encuentra centrado en la elaboración y realización de un producto radiofónico por lo que supone un conjunto de fases que engloba desde la misma concepción, preparación y diseño hasta la realización del producto radiofónico.

[5] Ricardo M. Haye, *La radio del siglo XXI. Nuevas estéticas,* Argentina, Ciccus, 2000, pág. 19.

[6] Mario Kaplun, *Producción de programas de radio,* Quito, Ciespal, 1978, pág. 63.

Esto implica, sin duda, un profundo conocimiento del medio, en nuestro caso, de las características y condicionamientos del canal radiofónico.

En tercer lugar, el proceso de producción se enfoca hacia la elaboración de géneros y programas radiofónicos. Es decir, hacia cualquier tipo de mensaje radiofónico, ya que en la programación de cualquier emisora todos los contenidos se concretan en géneros que, a su vez, integran un programa o bien se planifican en unidades programáticas. La producción radiofónica se centra primero en aquellos mensajes de elaboración más sencilla, los géneros radiofónicos, que además se integran en otros más amplios, los programas radiofónicos, abordados en un nivel posterior.

En cuarto lugar, la producción radiofónica implica un conocimiento teórico como paso previo a la realización de las prácticas no sólo como orientación y establecimiento de pautas de trabajo, sino especialmente como sistematización de saberes, razonamiento de procesos y fomento de la reflexión inherente a todo proceso creativo. A continuación, la formación técnica garantiza la correcta aplicación de conocimientos y desarrolla las habilidades necesarias para manejar con destreza los recursos necesarios para elaborar cualquier tipo de producto radiofónico.

En definitiva, el conocimiento teórico y la formación práctica otorgan el valor y la fuerza suficiente a la producción radiofónica que defina la estrategia para atraer la atención del oyente. Por eso, podemos considerar que «la producción de radio bien hecha es una forma de arte al igual que lo es la producción de televisión. Tenemos la capacidad de crear imágenes inmensas con palabras, que pueden durar más de lo que duran las fugaces imágenes de televisión hechas con la más alta tecnología»[7].

Además, la producción radiofónica requiere conocer y manejar los componentes, las herramientas y la estructura de elaboración de productos radiofónicos. Resulta imprescindible no sólo comprender, sino, además, emplear con destreza los componentes básicos para producir un contenido radiofónico que en este caso son el sonido, como materia prima, y los elementos del lenguaje radiofónico que construyen todo mensaje radiofónico. Pero además, como la radio es un medio técnico, habrá de asegurarse también el conocimiento y dominio de la tecnología como herramienta de trabajo básica en la producción de los

[7] Opinión de Paul Hemma, director de operaciones de WDBQ-AM en Dubuque Iowa, cit. en Michael C. Keith, *Técnicas de producción de radio,* Madrid, IORTV, 1992, pág. 55.

mensajes radiofónicos. Por eso, considera Amoedo que «es cierto que la técnica forma parte de la producción de programas: es la herramienta de trabajo, inmediata, directa, ya que el proceso de producción está ligado íntimamente al creador del programa»[8].

Por último, aunque no menos importante, se impone un profundo entendimiento y habilidad para redactar y dotar de estructura a los mensajes radiofónicos, bien sean géneros o programas radiofónicos. Pero es imprescindible que en el manejo de todos estos elementos no olvidemos nunca al oyente. No es un proceso puramente racional, sino también emocional. Así, «para que un mensaje llegue a la gente se requiere tocar sus fibras sensibles (creando un estado de ánimo, una emoción, quizá, o un sentimiento de identificación), y es posible activar o desactivar esas emociones mediante técnicas de producción»[9].

En definitiva, Keith[10] enumera toda una serie de condiciones que debe cumplir un buen productor radiofónico, entendido como aquel profesional que domina todo el proceso productivo:

a) El productor debe poseer un completo conocimiento sobre cómo funciona en el proceso final de mezclas cada pieza del equipo de estudio. Una producción eficaz se obtiene cuando se analiza el potencial completo que tiene cada aparato del equipo y se integra después ese potencial.
b) El productor debe poseer una sólida cualidad vocal y de pronunciación. Conviene que tenga una flexibilidad para cambiar la voz de un personaje a otro y conseguir así diferentes presentaciones. Es igualmente importante tener una técnica de lectura e interpretación para saber trasladar la intención del guión.
c) Un productor debe poseer la destreza para mezclar simultáneamente varios elementos y conseguir de forma efectiva una completa producción compleja.
d) Tener un buen oído para la producción significa poseer una sensibilidad auditiva especial para la mezcla de voces, efectos y colchones; para controlar el ritmo y para conseguir una excelente calidad sonora.
e) Es esencial tener una buena habilidad para la redacción.

[8] Avelino Amoedo, *op. cit.*, pág. 163.
[9] R. Haussman, P. Benoit y L. O'Donell, *op. cit.*, pág. 207.
[10] Michael C. Keith, *op. cit.*, pág. 56.

Entonces, para la formación integral de un productor radiofónico, concebido como aquel profesional que domina todo el proceso productivo de elaboración de un género o programa radiofónico, se necesita un adecuado conocimiento de todos esos contenidos.

1.2. Composición de los elementos de la Producción Radiofónica

Una vez que se ha comprendido la definición de Producción Radiofónica es el momento de desentrañar en qué se concreta todo ese conocimiento, o lo que es lo mismo, qué contenidos se van a abordar en el proceso de aprendizaje y cómo se van a distribuir. La enseñanza de la Producción Radiofónica se materializa en los siguientes contenidos:

a) Conocimiento teórico de los componentes de la Producción Radiofónica, es decir, del sonido como materia prima y los elementos del lenguaje radiofónico, así como destreza en su manejo y combinación. A ello, pues, se dedica la primera parte de la obra como base imprescindible para comenzar la elaboración de cualquier producto radiofónico.

En este sentido, habrá que comenzar por conocer la naturaleza y características del sonido: sus cualidades, tipología, significación y funciones para después iniciar la composición sonora, una vez analizados y comprendidos los elementos del lenguaje radiofónico a fin de alcanzar una adecuada combinación en la elaboración del producto radiofónico.
b) Conocimiento técnico de las herramientas de la Producción Radiofónica, es decir, de la tecnología como mediación imprescindible en la construcción del producto radiofónico. No debemos olvidar que la radio es un medio técnico y que, como tal, está condicionado tanto expresiva como perceptivamente por los elementos y el proceso tecnológico.

Es, pues, necesario descubrir tanto las posibilidades de creación y realización de las nuevas tecnologías como la propia dotación actual de cualquier estudio de radio. Asimismo, es indispensable manejar y dominar los recursos técnicos que proporcionan los distintos equipos porque se convierten en elementos expresivos que permiten enriquecer el producto radiofónico. Por eso, esta parte está dedicada al proceso de montaje técnico

a partir de la combinación de los elementos del lenguaje radiofónico.

c) Conocimiento y habilidad para proporcionar a todos los elementos una estructura atractiva en la Producción Radiofónica. Se trata, como último paso, de otorgar coherencia a aquellos elementos y herramientas que hemos manejado hasta el momento para elaborar un producto con suficiente interés para el oyente. Por tanto, debemos ahora dotar al texto de una estructura en forma de género o programa, en función de las características del producto.

Componentes	Herramientas	Estructura
• Sonido • Lenguaje radiofónico	• Tecnología • Técnica	• Géneros • Programas

Producto radiofónico